

Prof. Dr. Ulrich Pätzold  
Institut für Journalistik  
Universität Dortmund

## **Die Reportage als Beispiel der Genreforschung in der Journalistik**

### **Lücke in der Wissenschaft**

Seit vielen Jahren veranstalte ich jeweils im Sommersemester eine Übung zur Reportage. In diesen Übungen sind zahlreiche Arbeiten entstanden, die ihren Weg in Zeitungen und in Zeitschriften gefunden haben. In ihnen habe ich gelernt, dass wir auch in der Ausbildung mit dem Stolz, manchmal auch mit der Eitelkeit der Autoren rechnen müssen, ein berufliches Merkmal im Journalismus, dem wir keine wissenschaftliche Aufmerksamkeit geschenkt haben. In den Übungen ging es ursprünglich um die Umsetzung weniger beruflicher Regeln in der Erstellung von Reportagen, um die Einübung von Genauigkeit in der Beobachtung, um Ausdrucksfähigkeit und um die Beachtung dramaturgischer Grundsätze und Erfahrungen. Im Laufe der Zeit wurde allerdings deutlich, dass wir wenig Hilfe aus der Wissenschaft hatten. Mit Michael Hallers Reportagebuch konnten wir leidlich arbeiten, mussten aber konstatieren, dass er entweder in den Kategorien der Literaturwissenschaften verharrte oder aber den journalistischen Produktionsprozess, den wir Reportage nennen, nur unzureichend beschrieben hat. Andere Handreichungen wie LaRoche oder das ABC des Journalismus schadeten zwar nicht, bleiben aber in ihrer Trivialität unterhalb jener Ebene, die zu Frage anregen könnte, warum eine wissenschaftliche Beschäftigung mit der Reportage Sinn macht.

Diesen Sinn sehe ich, sehr allgemein gesprochen, in der berufsbezogenen Perspektive. Das bedeutet in unserem Fall, nicht jede Art der Reportage zum Gegenstand der wissenschaftlichen Analyse zu machen, sondern zunächst einschränkend zu fragen, was eine Reportage als journalistische Produktion auszeichnet, was eine journalistische Reportage ist, welche Funktion sie für Medienkonzepte hat.

### **Mythos Subjektivität**

In meinen Reportageseminaren und Reportagewerkstätten verwende ich einige Literatur, um das Lesen über Reportage wie das Lesen von Reportagen einzuüben. Unser wichtigstes Einführungsbuch aus unserem Fach ist wie gesagt das Buch von Michael Haller über die Reportage (Haller 1993). Das Buch ist noch nicht sehr alt und hat viele Vorteile und Stärken, die es sowohl für die Praxis als auch für die Wissenschaft wertvoll machen. Wenn ich dennoch nach relativ wenigen Jahren das gleiche Thema aufgreife, dann hat das zwei Gründe: Zum einen hat sich im Zeitungsjournalismus der letzten Jahre einiges getan, was auf eine Wiederbelebung der Reportage hinweist. Zum anderen möchte ich Haller in einem entscheidenden Punkt weiterführen, ihm einen modifizierten wissenschaftlichen Ansatz gegenüberstellen.

Ich bin nämlich davon überzeugt, dass die journalistische Reportage redaktionell verankert sein muss, dass Reporterpersönlichkeiten in einem intensiven redaktionellen Kommunikationsprozess arbeiten. Für mich ist die Qualität der Zeitung der Ausgangspunkt, von dem aus ich nach den Funktionen der Reportage frage, um dann die Leistungsanforderungen festzulegen, die zur journalistischen Reportage führen. Darin unterscheide ich mich von Haller, der die Reportage als Kür des journalistischen Individuums behandelt. Und noch in einem zweiten Punkt sind meine Schlussfolgerungen andere als die von Michael Haller und fast allen Autoren, die zum Thema Reportage klassifizierende Merkmale beigesteuert haben. Es geht um die Frage von Subjektivität und Objektivität im Journalismus. Ohne die erkenntnistheoretischen Dimensionen dieses Begriff zu bemühen, gilt weithin und so auch bei Haller das Schema, dass Nachrichten und Berichte zu den objektivitätsorientierten Darstellungsformen gehören, der Reportage aber (fast) jede Art von Subjektivität als Beiwerk zu den faktenbezogenen Recherchen zugebilligt wird.

Dem widerspreche ich entschieden. Die journalistische Reportage gehört zu dem Journalismus, der sich um höchst mögliche Objektivität bemüht. Das Genre entsteht zwar durch kunstvolle Ausnutzung aller, auch individueller Erzähl- und Stilmittel, ist aber geradezu vorbildliche Umsetzung von Arbeitsanforderungen an Journalisten, die zu jenem Katalog gehören, der für journalistische Objektivität bemüht wird. Aus dem Umkehrschluss wird ein Schuh: welche Qualität des nachrichtlichen und berichtenden Journalismus würde uns erwarten, wenn im Rahmen jener Vermittlungsformen auch nur annähernd so gründlich recherchiert und redigiert würde wie in der Reportage. Zweifellos aber haben Reportagen noch mehr als eine Informationsfunktion. Eine gute Reportage hat auch eine eigene Ästhetik. Sie gehört ebenfalls zu den vernachlässigten Kategorien der Journalistik. So mag sich die Vorstellung verbreitet haben, dass sie es ist, die man mit Subjektivität bezeichnen könne. Ein Blick zurück in die Philosophiegeschichte kann aber bereits Besseres lehren.

Wenn sich durch die literaturwissenschaftliche wie auch durch die neuere medienwissenschaftliche Literatur wie ein roter Faden die Vorstellung zieht, dass die Reportage die subjektive oder die subjektivere Form der Berichterstattung sei, so mag das auf die verkürzte Rezeption von Immanuel Kants „Kritik der Urteilskraft“ zurückzuführen sein, die so einflussreich für die Theorien des 19. Jahrhunderts geworden ist. Kant beschäftigt sich darin mit dem menschlichen Gefühl für das Ästhetische, dem er einen rein subjektiven Charakter zuschreibt. Kant sagt, es gebe kein objektives Prinzip des Ästhetischen. Doch entscheidender als die Empfindung, was als schön oder nicht als schön wahrgenommen werde, sei der Zustand des Menschen, sein Gefühls- oder Gemütszustand, aus dem heraus sich Ästhetik bildet. Mit ihm vernünftig umzugehen, könne zu einem ästhetischen „Gemeinsinn“ führen, der besagt, dass jedermann mit dem als gut und schön empfundenen Werk übereinstimmen solle. Derartige Werke, die die Regeln der Vernunft beherzigen und die Mitteilungsqualität des Ästhetischen anstreben, erlangen die Qualität von „exemplarischer“ Gültigkeit. Ihr Geltungswert - das bleibt die Grundlage der idealistischen Philosophie von Kant - liege im regulativen Charakter solcher Werke. Zur Nachahmung empfohlen, würden wir heute sagen. Insofern ist die ästhetische Gestalt einer Nachricht, eines Berichts ihre Erhöhung, die Demonstration ihrer exemplarischen Gültigkeit.

Friedrich Schiller, ein fleißiger Schüler von Kant, veröffentlichte 1795, sechs Jahre nach Erscheinen der „Kritik der Urteilskraft“ den Aufsatz: „Über die

notwendigen Grenzen beim Gebrauch schöner Formen.“ Darin schreibt Schiller: „Zur Überzeugung des Verstandes kann allerdings die Schönheit der Einkleidung ebensowenig beitragen als das geschmackvolle Arrangement einer Mahlzeit zur Sättigung der Gäste, oder die äußere Eleganz eines Menschen zur Beurteilung seines inneren Werts. Aber ebenso, wie dort durch die schöne Anordnung der Tafel die Eßlust gereizt und hier durch das Empfehlende im Äußeren die Aufmerksamkeit auf den Menschen überhaupt geweckt und geschärft wird, so werden wir durch eine reizende Darstellung der Wahrheit in eine günstige Stimmung gesetzt, ihr unsere Seele zu öffnen, und die Hindernisse in unserem Gemüt werden hinweggeräumt, die sich der schwierigen Verfolgung einer langen und strengen Gedankenkette sonst würden entgegengesetzt haben.“ Die Ästhetik, so Schiller, begünstigt - um es kommunikationswissenschaftlich auszudrücken - die Rezeptionsbereitschaft für die Wahrheit.

### **Egon Erwin Kisch oder das Authentizitätsprinzip**

Nicht nur der Reportagejournalist Kisch gilt noch heute als Nestor der Reportage. Auch als Theoretiker hat Kisch eine nachhaltige Rolle gespielt. Noch heute wird der klassische Satz aus dem Vorwort "Der rasende Reporter" gerne zitiert: "Nichts ist verblüffender als die einfache Wahrheit, nichts ist exotischer als unsere Umwelt, nichts ist phantasievoller als die Sachlichkeit."

Das journalistische Credo dieses Satzes wurde - wohl zu einseitig - auf die Folge "einfache Wahrheit", "Umwelt", "Sachlichkeit" gelegt. Doch diese Reihung macht nur Sinn, wenn ihre Dramatik tatsächlich erschlossen wird. Die dazu notwendige Kunst hat Kisch mit den kräftigen Adjektiven in ihrer komparativen Steigerungsform "verblüffender", "exotischer", "phantasievoller" eingefordert. Kisch steigerte dieses Credo noch durch einen Begriff, mit dem er sich vollends gegen damals dominierende sozialistische Literaturtheoretiker wie z.B. Georg Lukacs absetzte. Als journalistisches Ziel forderte er eine "Tendenz der Tendenzlosigkeit". Man hat ihm deshalb oft vorgeworfen, seinen eigenen Anspruch, Anwalt der Entrechteten und des Proletariats zu sein, verraten zu haben (z.B. Siegel 1973, 98). Doch tatsächlich war die "Tendenz der Tendenzlosigkeit" eine journalistische Kampfansage an die zahlreichen schreibenden Propagandisten, die mit Floskeln und Formen lediglich die Massen in eine bestimmte Denk- und Schrittrichtung lenken wollten. Kisch hingegen war überzeugt, dass die journalistische Arbeit an der Reportage eine Methode sei, die Dinge selber sprechen zu lassen. In dem Maße, wie das gelingt, würde das Publikum unbefangen, das heißt aus eigener Einsicht, also frei zu verstehen lernen.

Kisch wollte es nicht dabei bewenden lassen, dass der Journalist seine temporären Beobachtungen in die Reportage einbringt. Diese Form der Subjektivität war ihm zu unjournalistisch. Kisch forderte für die Reportage die Zusammenführung von Recherche und Erlebnis. Die Reportage war für ihn eine gründliche Auseinandersetzung mit dem eigenen Erleben von Zuständen und den Geschichten in ihnen. Das Erlebte soll sich nach Kisch aus der dreidimensionalen Darstellung des Ereignisses herauslösen. Was ich als Journalist erlebe, hat eine Geschichte, also Ursachen und Voraussetzungen. Es hat eine Gegenwart in der Art und Weise, wie die Dinge beschreibbar sind, und es hat erkennbare Konsequenzen, auf die sich hin die Dinge entwickeln. In der Dreidimensionalität von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft wollte Kisch Reportagen

aufgearbeitet haben. Sie soll den Rechercheweg bestimmen und sie ist der Rahmen, in dem sich der Reporter - auch mit seinen Gefühlen und Urteilen - einbringen kann. Bruno Frei hat das in seiner Bewunderung für Kisch in dem Satz zusammengefasst: "Kisch greift zurück in die Vergangenheit und greift vor in die Zukunft. Und mittendrin, spannungsgeladen, steht der mathematische Punkt der vom Reporter berichteten Wirklichkeit" (Frei 1974, 38).

Das Ereignis und seine reportageartige Vermittlung ist das journalistische Problem von Inhalt und Form. Weder die wahllose Aneinanderreihung von recherchierten Tatsachen und erlebten Eindrücken ist eine Reportage noch die akripische Schilderung eines Ereignisablaufes in Raum und Zeit. Zwar ist es richtig: Die Fakten bestimmen den Aufbau einer Reportage. Aber sie werden zu einem logischen Grundmuster zusammengefügt, das der Reporter szenisch und gedanklich entwirft und in das er den Ausschnitt der wahrgenommenen Wirklichkeit einfügt. Dieses logische Grundmuster ist die wesentliche "subjektive" Leistung des Journalisten. Durch Einordnung des Details, der Begebenheit in ein größeres Ganzes - z.B. in einen gesellschaftlichen Entwicklungsabschnitt, in einen umfassenderen Trend, in eine allgemeinere öffentliche Diskussion - gehen die geschilderten Tatsachen über ihre unmittelbare Bedeutung hinaus.

Der Erfolg einer Reportage liegt also nicht allein im Stofflichen, in den Ergebnissen der Recherchen zu einem Thema, in der Simultanität von Ereignis, Erleben und Beschreiben. Die Reportage ist die Darstellungsform im Journalismus, mit der ein Reporter sein Publikum in seine Arbeit einbezieht. Daraus entsteht dann die "Identifikationsästhetik, die den Leser gleichsam zum Begleiter des reisenden Reporters erklärt" (Siegel 1973, 10). Deshalb ist das Entscheidende der Reportage ihre Funktion. Sie eröffnet die Möglichkeit für den Adressaten, aus der eigenen Haut heraus und in die des Reporters hineinzuschlüpfen. In diesem Sinne ist sie Vermittlung, und der Reporter ist der Mittler, über die das Publikum aus der Alltagsblindheit ausbrechen kann, die es gegenüber den Dingen der eigenen Lebenszeit im Allgemeinen hat. Distanz und Nähe können sich durch die Reportage doppelt gebrochen umdrehen. Die Sichtweise des Reporters in der reportierten Nahwelt schafft die notwendige Distanz, plötzlich zu sehen, was sonst durch Nähe verstellt und verdeckt ist. Die Vertrautheit mit dem Alltäglichen öffnet den Zugang zur journalistischen Ausdrucksgestaltung des Themas, baut Identifikationsmöglichkeiten auf und öffnet die Sicht auf Wege zu Erkenntnissen über den Alltag hinaus. Das Authentizitätsprinzip im Journalismus muß die Reportage als Darstellungsform notwendig nach sich ziehen. Dem "rasenden Reporter" E. E. Kisch ging es nicht um Tatsachenenthüllungen. Das leisten andere journalistische Genres besser. Ihm ging es vielmehr um die journalistische Bedeutung von Momentaufnahmen des Lebens. Das Inhalt-Form-Problem der journalistischen Reportage erschließt sich also über die funktionale Absicht der Reportage.

## **Journalismus - Literatur**

Am Ende dieses Jahrhunderts lernen Kinder immer noch aus Büchern, wird immer noch Zeitung gelesen, gibt es immer noch Schriftsteller, die Tag für Tag ihre Sätze bauen, gibt es immer noch Journalistinnen und Journalisten, die Nachrichten formulieren, Berichte schreiben. Die Literatur ist nicht zu Ende gegangen trotz Film und Fernsehen. Die Zeitung ist nicht tot, wenngleich alle Welt nur über elektronische Medien redet und diskutiert. Internet, Online,

digitales Fernsehen: Die Explosion der Angebote durchzieht die Welt und erschafft einen neuen Mythos, den Mythos der globalen Kommunikation. (Eurich 1998, S.131 ff).

Die Schrift-Lesemedien, kurz Printmedien genannt, haben sich über lange Zeit den Imperativen angepaßt, die von den elektronischen Audiovisionsmedien ausgingen. Auf die visualisierbare Information komme es an, auf die schnell rezipierbare, kurze Aussage komme es an. Auf die formatierte, stetes gleich geordnete Übersichtlichkeit des Stoffes komme es an. In den achtziger und neunziger Jahren wurden die meisten Zeitungen bunter, aufdringlicher, vielseitiger. Gleichzeitig aber wurden sie profillöser. Sie verloren die Handschrift derer, die ihre Seiten füllten. Sie näherten sich immer mehr einem designten Industrieprodukt, was manche Zeitungs-verleger oder Zeitungsmanager verführte, die Kosten für die Redaktion zu senken, aus Journalisten Informationsdesigner zu machen.

Reportagen hatten in solchen Zeitungen keinen Platz mehr. Das Wort Reportage degenerierte in den Redaktionen. Es wurde nun bemüht für 60-Zeilen-Berichte, in denen mit sprachlichen Versatzstücken Authentizität vorgespielt wurde. Nur wenige Blätter behielten Schonräume für die Reportage, überwiegend in den größeren überregionalen Tageszeitungen und in den Wochenzeitungen.

Als erste regionale Tageszeitung entdeckte die Berliner Zeitung die Reportage wieder. Als nach der Vereinigung die ehemalige SED-Zeitung auf dem heiß umkämpften Berliner Zeitungsmarkt in gewendeter Gestalt Fuß fassen mußte, setzte man auf ein unverkennbares Markenzeichen, und das hieß Reportage. Diese teuerste Form der journalistischen Arbeit sollte sich bezahlt machen. Die Reportagen wurden gelesen, sie wurden in der Tat ein Markenzeichen. Einige Jahre später machten auch andere regionale Zeitungen zaghafte Versuche, in die kostenträchtige Reportage zu investieren: Die Süddeutsche Zeitung, die Stuttgarter Nachrichten, der Kölner Stadtanzeiger, die Hannoversche Allgemeine Zeitung. Weitere Zeitungen folgten oder werden folgen.

Die Reportage erlebt eine Wiedergeburt im Zeitungsjournalismus. Sie ist zwar teuer, teurer als der Agentur gestützte Nachrichtenjournalismus. Sie kostet nicht nur Zeilenhonorar, sondern vor allem auch Recherchezeit. Sie stärkt zudem das berufliche Rückgrat der Journalisten. Aber sie bringt den Zeitungen einiges. Sie bindet Leser an das Blatt. Sie gibt der Zeitung Konturen. Sie schafft ein Gegengewicht zu den elektronischen Medien, weil sie nicht nur Lesestoffe bietet, sondern auch Lesekultur fördert. Sie wird zu einem ernst zu nehmenden Faktor des Zeitungsmarketings. Es wird deshalb Zeit, sich mit dieser Königsdisziplin des Journalismus erneut zu beschäftigen.

Die große Zeit der Reportage in Deutschland war die der Weimarer Republik. Damals spielte sie eine so große Rolle, daß um sie langdauernde Auseinandersetzungen zwischen der Literatur und dem Journalismus ausgetragen wurden. Dafür sorgte vor allem die ehrwürdige Germanistik und Literaturwissenschaft, die sich bedroht fühlte von der Universalität der Medien Zeitung und Zeitschrift. Im Laufe eines Menschenlebens hatten sich diese Medien massenhaft durchgesetzt, und die alte Buchkultur mag sich angesichts des Siegeszuges akuteller Trivialitäten moderner Zeitungen ähnlich gefühlt haben wie heute angesichts der rasanten Entwicklungen der technischen Kommunikationsmedien.

Die Zeitungsszene in der Weimarer Republik ist der Hintergrund für die Reportage, die eng mit dem quantitativen Wachstum der Presse verbunden ist. In ihr manifestiert sich neben dem Nachrichtenjournalismus im wesentlichen die Professionalisierung des Journalismus. Diese Professionalisierung fand vor allem in den Feuilletonredaktionen statt. Wohl deshalb wurde sie zum Thema eines erbitterten Streits zwischen den Literaten und den Journalisten. Dieser Streit hatte damals schon Geschichte. Er durchzog, wie Jutta Jacobi sehr gut nachgezeichnet hat, die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts und ist eng verbunden mit der damals entstehenden Beruflichkeit des Journalismus. Seit 1848 werden die Zeitungen als Konkurrenz zur Literatur diskutiert - was nachzuvollziehen aus heutiger Sicht schwer fällt, sind doch die Zeitungen etwas ganz anderes als die Bücher, die aus jener Zeit bis zum heutigen Tag als Zeugnisse einer großen literarischen Epoche überlebt haben.

Den Streit zu kennen, ist wichtig, will man sich mit der Reportage beschäftigen. Denn es ging immer um die Frage, wie man Kunst und Nicht-Kunst voneinander trennen kann. Die wesentliche Unterscheidung sah man in der unterschiedlichen Positionierung der beiden Berufe Literat und Journalist. Der Literat sei frei, der Journalist sei abhängig. Nur der in Freiheit Schaffende sei zum Kunstwerk fähig, während der in Abhängigkeit schreibende Journalist keine geistige Souveränität finde. Ganz in der Folge des großen Schiller glaubte man, der Literat arbeite idealistisch, der Journalist hingegen materialistisch. Und so folgert Jutta Jacobi: „Der Journalist als abhängiger, bezahlter Schreiber wird als Repräsentant der kommerzialisierten Unkultur empfunden. Er steht im Widerspruch zu der angestrebten Autonomie des Geistigen.“ (Jacobi 1989, S. 9)

Ein typisch deutscher Streit, ein Streit der trefflich unser 19. Jahrhundert illustriert, das ja immerhin bis mindestens 1945, in Teilen bis 1989 gedauert hat. Bezogen auf die Form der Reportage ist dieser Streit insofern erhellend, weil in seinem Mittelpunkt die Bewertung von beruflich handelnden Personen stehen, zwei Positionen, für die ein Weltbild konstruiert wird. In diesem Streit geht es nicht um die Analyse der Funktionen von Texten und der sie transportierenden Medien, sondern um die Wertungen von beruflichen Stellungen derer, die sie hervorgebracht haben (Enkelmann 1983, S.7).

Im Jahre 1925 gab es in Mannheim eine Kunstausstellung von neuartigen Bildern in einer insgesamt eher deprimierenden Zeit. Die Ausstellung wurde von Gustav Friedrich Hartlaub organisiert. In dem Katalog dieser Ausstellung heißt es, die Bilder seien weder „impressionistisch aufgelöst“ noch „expressionistisch abstrakt“. Sie seien vielmehr von einer „neuen Sachlichkeit.“ Damit war ein Stichwort gefallen, unter dem nunmehr die Reportage eine bevorzugte Rolle für die Fortsetzung des alten Streites zwischen Journalismus und Literatur spielen sollte. Im besagten Katalog wurde die „neue Sachlichkeit“ „als eine Erlösung vom expressionistischen Revolutionismus“ mit dem Ziel gepriesen, „Empirie, Authentizität und Unmittelbarkeit“ zur Grundlage der Kunst zu machen. Für die Literatur heißt das: Zeitbezogenheit, Allgemeinverständlichkeit, Genauigkeit der Information, Nachprüfbarkeit, „Materialisierung“ der Darstellung (Petersen 1982, S. 469). Damit rückten die Kategorien der Literaturtheorie gefährlich nahe an die Kategorien heran, mit denen die Journalistik - damals freilich noch keine wissenschaftliche Disziplin - Kerne journalistischen Arbeitens beschreibt.

Kurt Petersen hat seine Analyse der Neuen Sachlichkeit in Thesen zusammengefasst, die für den Zusammenhang von Literatur und Journalismus orientierende Bedeutung beanspruchen dürfen:

- Die Neue Sachlichkeit war keine Künstlerbewegung. Zwischen den einzelnen Vertretern bestand keine Verbindung. Politische Nähe und gesellschaftliches Engagement ergab sich aus den weltanschaulichen Positionen, denen sich die einzelnen verpflichtet fühlten - wie bei den Journalisten.
- Für eine politische Gruppe oder Richtung lässt sich die Neue Sachlichkeit nicht vereinnahmen. Allerdings trägt sie zur weltanschaulichen Polarisierung zwischen „links“ und „rechts“ bei.
- Die Neue Sachlichkeit ist kein ausschließlicher Stilbegriff. Unter dem Dach dieses Begriffes wenden sich die Autoren Themen wie Industrialisierung, Großstadt, technischem Fortschritt, sozialen Problemen zu, mit denen sie den traditionellen Literatur- und Kunstbegriff zu demontieren versuchen.
- Auf dem Hintergrund der Weimarer Republik wird die Neue Sachlichkeit zur literarischen Hauptströmung, ist aber nicht geeignet, als literarisches Konzept diesen Zeitraum als Epoche zu charakterisieren. (Petersen 1982, S. 475 - 477)

Da Stellung und Funktion der Autoren der Neuen Sachlichkeit nicht ausreichend aus der literaturwissenschaftlichen Konzeptionierung geklärt werden konnten, wurden in der Auseinandersetzung um die Neue Sachlichkeit wenigstens pragmatische Zuordnungen gefunden: Egon Erwin Kisch wurde dem Journalismus zugeschlagen, Joseph Roth blieb dieses Schicksal erspart, er durfte als Vertreter des literarischen Flügels der Neuen Sachlichkeit in den höheren Olymp, obgleich reich und berühmt geworden durch seine langen Tätigkeiten in den Feuilletons großer Tageszeitungen.

In der Weimarer Republik kamen erstmalig Botschaften aus den USA nach Deutschland, die in breiterem Maße rezipiert wurden und sowohl in der Presse wie auch in der Literatur ihren Niederschlag fanden. Vor allem für die Reportage wurden die USA Vorbild. Dort hatten sich die Zeitungen schon sehr viel früher als in Deutschland von einem elitären Lesepublikum abgewendet. Der Journalismus hatte bereits eine längere Geschichte der Professionalisierung hinter sich und gewann gesellschaftliche Reputation, indem er die Vorlagen für ein lesendes Massenpublikum schuf. Aus Amerika kamen denn auch die damaligen Veränderungen in den Zeitungen: die Vergrößerung der Schlagzeilen und Überschriften, die vielen Bilder als Eyecatcher fürs Lesen und vor allem die Reportage als Lesestoff. Die Reportage in Amerika hat zwei Wurzeln, aus denen die Massenkommunikation bis heute ihren journalistischen Anteil zieht.

Die eine Wurzel ist in der Aufklärung begründet, wonach alle Veränderungen des Lebens zum Besseren an die Offenlegung des Schlechten oder Fragwürdigen gebunden sind. Ohne ständiges Hinter-die-Dinge-Schauen, ohne ständiges öffentliches Drama der Zustände im Allgemeinen und im Konkreten ist kein Fortschritt denkbar. Um diesen Fortschritt muss es im Interesse des ganzen Landes wie im Interesse jedes einzelnen Bürgers ständig und immer gehen. Um ihn zu befördern, ihn anzutreiben, haben Journalisten in den USA die Reportage als wichtige Darstellungsform kultiviert. Als Sozialreportage folgt sie den Menschen, die Glück und Freiheit in der gewachsenen Industriegesellschaft nicht finden können. Als investigative Reportage stellt sie die Moral derer in Frage, die Macht haben, die Herrschaft über andere Menschen ausüben können.

Die andere Wurzel der Reportage ist in dem Erfolgsrezept medialer Massenkommunikation selbst begründet. Wem es gelingt, das Aktuelle zu dramatisieren, das heute Geschehene in Verbindung mit dem Guten und Bösen als Welt- und Lebensprinzip zu bringen, wer eindringlich das Innere nach außen kehren kann und einem staunenden Publikum die Kehrseiten eines anständigen bürgerlichen Lebens als die eigentlichen Antriebe des Weltgeschehens vorspielt, der treibt die Auflage der Zeitung nach oben, der schafft Masse jenseits so erhabener Probleme wie Moral oder Verantwortung. In den USA wuchsen Anfang des Jahrhunderts ganze Heerscharen von Geschichten erzählenden Journalisten, die in den Folgezeiten nicht weniger werden. Wo ein Massenmedium, da ist Bedarf nach ihnen. Schon in den 20er Jahren machen sie auch in Deutschland auf sich aufmerksam. Sie stehen für den wirtschaftlichen Erfolg der neuen Massenblätter, und sie gelten als die Top-Profis des Journalismus. Natürlich ecken sie an, auch in den USA, und bekommen von den gebildeten Ständen gleich ein Etikett, das bis nach Deutschland reicht. Es ist der neue „muck-raking-journalism“, zu Deutsch: der Schmutzwühljournalismus. Sein Markenzeichen ist ebenfalls die Reportage, die reißerische Geschichte, die den Zeitungsverkäufern aus den Händen gerissen wird und das Geld in den Kassen der Verleger klingeln lässt.

Die Reportage, so lernten die Zeitungen in Deutschland aus den USA, wurde zur wichtigsten journalistischen Darstellungsform eines rezipientenorientierten, also Käufer und Kunden orientierten Massenmediums. Ihr Erfolg für die Zeitungen war es, was sie für die Literaten so verdächtig machte. Kisch war immerhin ein verwöhnter Star seiner Zeit, der Honorare fordern konnte, die manchem Schriftsteller die Sprache verschlugen. In ihrer anspruchsvollen Form erwies sich die Reportage als „Instrument der Welterfahrung“ (Anton Kaes....). Es ist müßig, danach zu fragen, ob ihr Erfolg von der Literatur in den Journalismus getragen wurde, oder ob es nicht so war, dass der Erfolg der journalistischen Reportage die Literaten anregte, ihrerseits die Reportage als literarische Form zum Erfolg zu bringen. Beide waren erfolgreich, die Literaturreportage wie die Zeitungsreportage. Und eben dieser beidseitige Erfolg war es, der - wie Michael Haller vermutet - die „Kluft zwischen Literatur und Journalismus“ verständlich macht. (Haller 1990, S.)

So ist aus der Weimarer Zeit unterhalb der ideologischen Debatte über die Kunst und ihren Widerpart, den Journalismus, der Reflex übriggeblieben, wie die Kultur misstrauisch jenen gegenübertritt, die ein Erfolgsinstrument der Kultur für ihre Zwecke aneignen. Journalisten zogen die Missachtung von Literaten auf sich, weil sie sich eines Mediums bedienten, das a priori als unliterarisch bewertet und eingestuft wurde. Dabei bedienten sich Journalisten durchaus jener Mittel, die Schriftsteller als neues Rezept eigener Wirkung und eigenen Erfolgs zu empfehlen nicht müde wurden. Die Frage nach der gemeinsamen Funktion der literarischen wie der journalistischen Reportage wurde nicht ernsthaft genug gestellt, geschweige denn reflektiert. In der Weimarer Republik, eine Blütezeit der Reportage in Deutschland, wurde heftig zwischen Literaten und Journalisten gestritten, welchem Berufsstand die Reportage zugeordnet werden sollte. Vielleicht hatten die Literaten ein Gespür dafür, wie gründlich und wie zerstörerisch Journalisten kunstvoll geschriebene Geschichten in eine Ware verwandeln können, die sie dann je nach Marktlage ihres Mediums jedem Zeitgeist und jedem Verkaufstrend anzupassen verstehen. Vielleicht hatten die Journalisten ein Gespür dafür, dass ihre Reportagen kaum schlechter als die der Dichter seien, aber in mancherlei Weise zweckvoller und ökonomischer, da sie

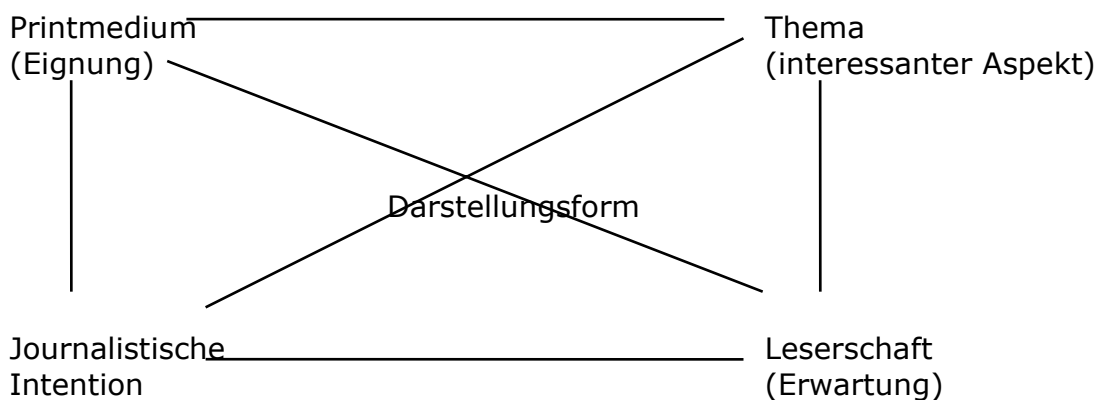


über ihr Medium die Leser in großer Zahl und dauerhaft an diese Darstellungsform banden.

Heute ist an der Wiederbelebung der Reportage zu arbeiten, weil in ihr die Ästhetik der Information mit der publizistischen Funktion der Information zusammentrifft. Die Ästhetik der Reportage stärkt die Information. Das ist ihre Leistung in einer Zeit unbegrenzter Beliebigkeiten medialer Vermittlungen. Unterhaltung und Kurzweil sind die Medienfunktionen, auf die das ökonomische Handeln derer setzen, die Expansion und Differenzierung von Angeboten mit immer neuen Medienstrategien vorantreiben. Die Information kommt dabei unter die Räder, die Information, die genau recherchiert ist, die Tiefe bekommt, weil sie hinter die Kulisse reicht, die Zusammenhänge herstellt, indem sie zusammenführt, was zusammengehört, die Ereignisse und Geschehnisse in ihren Ursachen, in ihren Ereignisformen und in ihren möglichen Konsequenzen durchspielt. Solche Informationen schaffen Orientierung. Sie sind lebensnotwendig, denn ohne sie sind eigene Positionen im Leben kaum möglich, können über die allgemein interessierenden Dingen keine Meinungen gebildet werden, gewinnen Menschen keine Urteilsfähigkeit.

### Das Reportagemodell nach Michael Haller

Die Reportage ist nach M. Haller der Brückenschlag zwischen Thema, Medium, Reporter und Lesererwartung. "Die Darstellungsform hat demnach - um im Bild zu bleiben - die Funktion einer Kreuzbogenbrücke:" (Haller 1990, 71)



Vier Eignungskriterien bauen also die Vermittlungsfunktion der Darstellungsform Reportage auf:

1. Printmedium (Eignung): Der "Lebensraum" der Reportage wird durch das Profil der Zeitung bestimmt. Gibt es z.B. feste und regelmäßige Reportageplätze? Gibt es thematische Schwerpunkte für Reportagen? Gibt es in der Redaktion eine Grundlage für Reportageproduktionen? Haller meint, daß sich nur solche Printmedien für Reportagen eignen, "die subjektiven Journalismus zulassen und selbst für Themen mittelbarer Aktualität den für farbenreiche Schilderung notwendigen Platz bereitstellen" (ebd., 72).

2. Haller sieht kaum Einschränkungen für den Reporter, Themen zu finden. Die Themenpalette für die Reportage ist ebenso reichhaltig wie die des Nachrichtenjournalismus. Ereignisse und Veranstaltungen gehören dazu ebenso wie Milieugeschichten und Trendthemen (ebd., 103). Reportagerelevant werden Themen, "die so aufgegriffen werden, dass an ihren konkreten, besonderen Aspekten die Leser teilhaben können" (ebd., 72). Sofern diese Funktion der Teilhabe erschlossen wird, handelt es sich um einen für die Reportage interessanten Aspekt des Themas.

3. Journalistische Intention: Anders als in der Herstellung von Nachrichten und Berichten prägen Reportagen individuelle Sichtweisen und individuelle Handschriften. Gute Reporter haben ihr eigenes Stoffgebiet, haben ihre Grundwerte, die sie leiten, bringen in die Reportage ihre Persönlichkeit ein. Erst so ergibt sich die Bandbreite journalistischer Reportagen, ob eher "individualistisch-subjektiv oder faktizierend-objektiv" (ebd., 72).

4. Leserschaft (Erwartung): in der zunehmenden ökonomischen Berechnung journalistischer Leistungen kommt den Lesererwartungen, dem Publikum, eine immer größere Bedeutung zu. Die Reportage erfüllt insofern auch eine Marketingfunktion. Ist das Lesepublikum bereit, "eher längere und schwierigere Texte zu lesen" (ebd., 72)? Können Leser gewonnen werden durch eine subjektive und sinnliche Sprache, die ansonsten nicht zum Ausdrucksrepertoire des Mediums gehört?

Haller übernimmt, wie bereits in den vier Eignungskriterien deutlich wird, aus den traditionellen Vorstellungen über Reportagen den Begriff des Subjektiven. Sie wird am unmittelbarsten in der Intention des Journalisten, aber auch in der Auswahl des Themas und seiner Behandlung deutlich. Zwischen journalistischer Intention und Themenausrichtung dürfte eine ständige Wechselbeziehung bestehen, mit der sich Haller allerdings nicht weiter beschäftigt. Diese Wechselbeziehung zu beachten, ist aber wichtig, weil sie Aufschluss darüber gibt, auf welcher Arbeitsebene Reportagen entstehen.

Hebt man nämlich die Reportage aus ihrer Singularität und betrachtet sie als journalistisches Genre, verschieben sich schnell die Parameter der Betrachtung. Dann steht nicht mehr die Reportage als einzelnes Kunstwerk im Mittelpunkt. Vielmehr rückt nach vorne die redaktionelle Leistung - mit ihren durchaus individualisierbaren Merkmalen -, eine spezifische Darstellungsform kontinuierlich im Leistungsspektrum eines Mediums anzubieten. Die Vermittlungsfunktion verlagert sich von der Singularität eines Beitrages zur Singularität eines Genres. Das Gespür und Talent des journalistischen Einzelkämpfers führt immer mal wieder mal in den Zeitungen - vor allem in Wochenendausgaben - zu guten Reportagen. Doch dann versiegt die Quelle, und an gleicher Stelle steht dann wieder eine jener zahlreich daher dümpelnden Geschichten, farblos und austauschbar als Platzhalter. Die Reportage als redaktionelles Konzept integriert journalistische Individualität in den redaktionellen Arbeitskontext. Die Reportageredaktion ist eine Gruppenarbeit, die hohes und gleich bleibendes qualitatives Niveau gewährleisten soll.

Das muss Folgen für die theoretische Modellbildung der Reportagefunktion haben. Denn das theoretische Konzept endet nicht beim Individuum Reporter, der sporadisch einen Beitrag in einem Medium platzieren kann. Das theoretische Konzept muss vielmehr die redaktionelle Bezugsebene einbeziehen, also im

Modell auch das Element Gruppe berücksichtigen, um auf diese Weise die Struktur von Arbeitsprozessen zu erörtern, die mit der redaktionellen Pflege des Genres Reportage verbunden sind. Eine Reportagedefinition, die für die redaktionelle Erstellung des Genres Reportage gültig sein soll, muss also Hallers Modell erweitern.

## **Unsere Studie Berliner Zeitung**

In der Zeit, als das Reportagebuch von Haller auf den Markt kam, wurde eine beachtenswerte Innovation im deutschen Zeitungsjournalismus geschaffen. Der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr erwarb die ehemalige SED-Zeitung "Berliner Zeitung" und setzte am 2. November 1990 den Ex-Spiegel-Chefredakteur Erich Böhme als Herausgeber ein. Der hatte mit der Zeitung Großes vor: Er wolle, so seine Rede zum Amtsantritt, "eine Hauptstadtzeitung im Stil der Washington Post" (Der Spiegel 11/94, 94) kreieren. Das ist die Berliner Zeitung zwar (noch) nicht geworden. Aber Böhme hatte eine Bedingung für die Übernahme des Herausgeberpostens gestellt: er wolle eine Reportergruppe aufbauen, die nicht ressortgebunden und nicht an der Tagesaktualität klebend der Zeitung Glanz und Ansehen mit gründlich recherchierten und gut geschriebenen Geschichten verleihe. Die Reportergruppe, nur ihm als Herausgeber unterstellt, solle ein Stachel im Fleisch der Zeitung sein.

Böhme sicherte sich die aus diesem Konzept entstehenden, für eine deutsche Regionalzeitung völlig unbekanntes Kosten beim Verlag und kaufte - ein Glücksfall in der deutschen Zeitungsgeschichte - sechs hervorragende Reporter ein, die er zu einer Redaktion unter Leitung von Thomas Leinkauf zusammenschloss. Ihre Aufgabe war es, die schon existierende Reportageseite (Seite 3) mit richtigen und guten Reportagen zu füllen, außerdem auf der Seite 1 des Wochenendmagazins eine Reportagekultseite der Berliner Zeitung zu machen.

Reportagen in der Berliner Zeitung, das heißt täglich auf der Seite 3 eine große 250-300 Zeilen umfassende und eine kleinere 120-180 Zeilen lange Reportage. Fast 90 Prozent schreiben die sieben Reportageredakteure selber. Hinzu kommt die Aufschlagseite des Wochenendmagazins. Auf bis zu 400 Zeilen können die Reporter hier ihre Geschichte erzählen. Redaktionelle Organisation und Reportageprodukte in der Berliner Zeitung sind in der deutschen Zeitungslandschaft einmalig. Und unter Gesichtspunkten des Marketings läßt diese Geschichte aufhorchen: Erfolg durch Profil, Profil durch Qualitätsreportagen.

Für die wissenschaftliche Arbeit über Reportagen war die Berliner Zeitung ebenfalls ein Glücksfall. Es wurde möglich, den Entstehungsprozess eines Teils des Produktes Zeitung als redaktionelle Arbeit zu studieren. Die Fragen nach "Subjektivität" oder "Objektivität" müssen nicht mehr spekulativ gestellt, sondern können empirisch-methodisch entwickelt werden. Und es wurde möglich, das abstrakt-theoretische Reportagemodell von Haller auf die Probe zu stellen, die Leistungen und Begrenzungen seiner Eignungskriterien für die Vermittlungsfunktion zu diskutieren.

Es verwundert, wie gering die Neugierde der Wissenschaft gewesen ist, diese einmalige Chance einer journalistisch klaren Innovation im Mediengeschäft zu

nutzen, um die Redaktionsforschung mit den Hypothesen über die journalistischen Genres und Darstellungsformen zu verbinden. In den Jahren 1990-1995 haben wir mit dem Leiter der Reportergruppe, Michael Leinkauf am Dortmunder Institut den Entwicklungsprozess intensiv verfolgt. U.a. entstand die o. g. Diplomarbeit von Silke Fritzsche mit dem Titel "Die Reportergruppe der Berliner Zeitung - ein neues Reportagemodell?" Danach ist keine weitere Arbeit zu diesem Themenbereich bekannt geworden. Die Diplomarbeit - am Institut für Journalistik der Universität Dortmund geschrieben - wird im folgenden beim Aufbau der Argumentation berücksichtigt.

Fritzsche hat durch teilnehmende Beobachtung der Arbeit in der Reportageredaktion der Berliner Zeitung und durch Auswertung von Leitfadengesprächen der in ihr Tätigen einige aufschlussreiche Feststellungen zum empirischen Umfeld des Erstellungsprozesses Reportage gemacht. Zunächst bestätigen die Reporter, dass die Reportage durch ihre Funktion bestimmt wird, dass sich aus dieser Funktion der Formenreichtum der Reportage erklären lässt. Aber die funktionale Ebene, also die Vermittlungsebene wird nicht nur durch die Intention, die Vermittlungsabsicht des einzelnen Reporters bestimmt, sondern vor allem durch die Linie, die "Philosophie", die Vermittlungsabsicht der Redaktion: "Zum einen verdeutlichen die Reporter ihre individuelle Vermittlungsabsicht, nämlich ihr konkretes Thema über den eigenen Blickwinkel zu brechen, um es dann in den Sprach- und Erfahrungsschatz der Leser zu stellen. Andererseits existiert eine redaktionelle Vermittlungsabsicht. Sie äußert sich in dem Anliegen, die gesellschaftlichen Veränderungen durch die a) verschiedenen Themenbereiche und b) durch die unterschiedlichen Themenzugänge und c) durch die stark voneinander abweichenden individuellen Sichtweisen der Reporter d) der Leserschaft ein widersprüchliches und differenziertes Bild der Gesellschaft über einen längeren Zeitraum hinweg zu präsentieren" (Fritzsche 1995, 67).

Die Funktion der Reportage als Genre eines Mediums reicht somit über den individuellen Brückenschlag zwischen Reporter und Publikum hinaus. Die Reportage wird vielmehr Kernelement eines Konzeptes des journalistischen Pluralismus. Sie erweist sich als eine Darstellungsform, mit der die Realität in ihrer Vielfalt, Widersprüchlichkeit, Veränderbarkeit tatsächlich vielfältig und in unterschiedlichen Perspektiven vermittelt werden kann. Die Reportage als Genre eines redaktionellen Konzeptes kommt dem Pluralitätsgebot der öffentlichen Aufgabe Journalismus besonders anschaulich, also konkret entgegen.

Damit wird eine neue Qualität der Betrachtungsweise erreicht. Das redaktionelle Konzept Reportage setzt sich - wie Fritzsche am Beispiel der Berliner Zeitung nachgewiesen hat - aus den individuellen Vermittlungsintentionen der in den Redaktionen Tätigen zusammen, lässt sich aber nicht auf einen gemeinsamen Nenner als Abstraktum reduzieren. Vielmehr gibt es eine ständige Wechselbeziehung zwischen den individuellen Intentionen und der redaktionellen Realität, die eine originäre Qualität der Reportagefunktion schafft. Diese Eigenständigkeit redaktioneller Realität entsteht vor allem aus der organisierten Kommunikation, in der die Mitglieder der Redaktion miteinander verkehren, um die Sollwerte in der Zeitung zu produzieren, die täglichen Reportageseiten.

Die funktionale Ebene der redaktionell betreuten Reportage bündelt nicht zufällige Verschiedenarten von An- und Einsichten gesellschaftlicher Vorgänge. Die Reportageredaktion als organisatorische Einheit des journalistischen

Pluralismus ist ein wichtiges Kontextelement für die einzelne Reportage, somit auch für das einzelne Reportagethema, das den Lesern nahe gebracht wird. Über diesen Kontext verliert die Reportage ihre Willkürlichkeit und ihren Anspruch, jeweils für ein Ganzes zu stehen. Er ist gleichsam die Klammer, mit der die Individualität der Reportage (und des Reporters) mit ihrer gesellschaftlichen Funktion hergestellt wird. In der Verknüpfung individueller Darstellungsmöglichkeiten gesellschaftlich relevanter Themen, Ereignisse und Entwicklungen mit einem redaktionellen Konzept, einer redaktionellen Vermittlungsabsicht wird die Funktionsebene eines redaktionellen Vermittlungskonzeptes erreicht, über das ein Medium publizistisches Profil erlangen kann.

### **Der Doppelcharakter der Reportage im theoretischen Definitionsmodell**

Diesem Ansatz folgend kann nunmehr das Hallersche Funktionsmodell der Reportage erweitert werden. Die Definitionslogik soll als weiteres Bestimmungselement die Redaktion enthalten, durch die die Vermittlungsebene der Reportage doppelt determiniert wird. Dabei können die von Haller vorgegebenen definitorischen Ebenen weitgehend beibehalten werden. Allerdings wandelt sich ihre Bedeutung je nach Vorgabe, ob man eine einzelne individuelle Reportage betrachtet, oder ob die einzelne Reportage Teilprodukt eines redaktionellen Konzeptes ist.

Zunächst ist die Reportage durch das Medium, in dem sie erscheinen soll, und durch die Produktvorgabe, die das Medium z. B. durch Länge, Umfang, thematische Ausrichtung, Produktionsaufwand etc. setzt, geprägt. Auf der Ebene des Mediums wird der Raum für einzelne Reportagen konditional determiniert. Aber erst auf der Ebene einer Redaktion entstehen für die Reportage feste Ziel-, Arbeits- und Budgetstrukturen (Ressourcen). Auf der Produktebene kann somit ein wesentlicher publizistischer Unterschied zwischen der Einzelreportage und den redaktionell produzierten Reportagen festgestellt werden. Die singulare Reportage korrespondiert mit einer singularen Einzelerwartung im Publikum. Erst wenn solche Einzelerwartungen publizistisch auch im Publikum lineare Bedeutung bekommen, werden Bindungen an die Reportageleistungen möglich, können Identifikationen und Differenzierungen aufgebaut werden, wird Pluralität anschaulich und konkret.

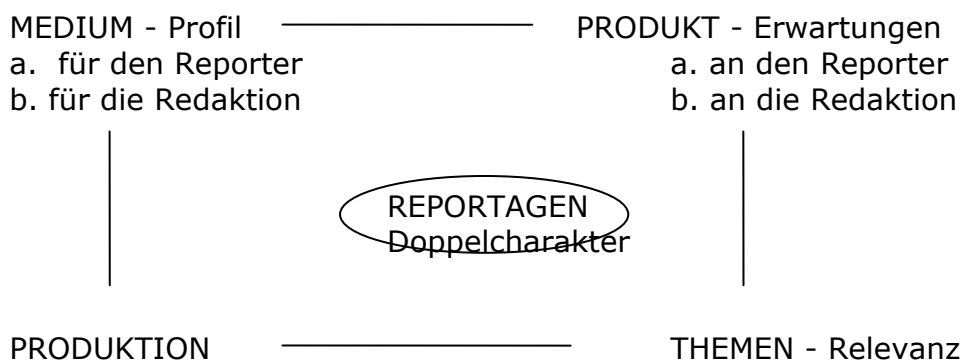
Als die wichtigsten Einflüssebenen der Reportage gelten die Themen- und die Personalebene. Es liegt nahe, den Gewinn eines redaktionellen Konzeptes gegenüber der individuellen Betrachtungsweise zu erkennen. Die Themenebene wird nicht nur quantitativ durch redaktionelle Organisation erweitert und im günstigen Falle pluralisiert. Auch die Themenzuwendung und die Themengestaltung durch den einzelnen Reporter finden in der redaktionellen Arbeit ihre Prägung. Dieser Einfluß der Redaktion gilt nicht zuletzt auch für die Personalebene. Die journalistischen Fähigkeiten des Reporters, seine individuelle Sichtweise bekommen im interaktiven Prozess der Redaktion einen Stellenwert für die Gesamtleistung der Reportageredaktion, die "Handschrift" wird zur individuellen Leistung durch Unterscheidbarkeit von den anderen "Handschriften" im Rahmen eines redaktionellen Gesamtkonzeptes.

Die definitiven Einflüsselemente der Reportage können im theoretischen Modell nunmehr in ihrer doppelten Qualität als individuelle und als redaktionelle

Voraussetzungen beschrieben werden. In dieser doppelten Qualität erreichen sie die publizistische Pluralität als wesentliche erweiterte Funktion der Reportage. Reportagen sind nach diesem Modell Einzelprodukte des Reporters wie auch Teile des Gesamtprodukts der Redaktion. Die Definitionsmerkmale der Reportage werden im Modell neu bestimmt:

### Vermittlungsebene - Funktion der Reportage

- a. Vermittlungsfunktion des Reporters
- b. Vermittlungsfunktion der Reportageredaktion



Aus diesem theoretischen Modell kann nun unschwer auf Problemfelder der konkreten Handlungsebenen geschlossen werden. Im Sinne der Medienplanung, des redaktionellen Marketings ist sicher das Wechselverhältnis zwischen der Profilierung eines Mediums durch Reportageleistungen und den Produkterwartungen im Publikum bzw. von Zielgruppen relevant. Dieses Wechselverhältnis soll einstweilen ausgeklammert bleiben. Journalistisch entscheidend ist das Wechselverhältnis zwischen Produktion und Thema. Dieses Wechselverhältnis bestimmt die eigentliche Arbeitsebene der Reportage. Da für die Reportage die zweifache Charakterisierung als individuelle wie auch als redaktionelle Funktion gilt, prägt dieser Doppelcharakter auch die konkrete Arbeitsebene.

Das ist in der Praxis auch leicht einzusehen, wenn man bedenkt, welche Bedeutung Produkteigenschaft für die Marktstrategie eines Mediums hat. Sie ist im Umkehrschluss ebenfalls eine wesentliche Vorgabe für die Arbeitsebene. Nicht die Reportage als potentielle Arbeitsleistung spielt für das Medium eine Rolle, sondern die Reportage als kalkulierte Marktleistung des Mediums. Wenn sie einen erkennbaren oder erwarteten Beitrag zur Profilbildung und zur Marktstärkung eines Mediums leisten kann, wird die Arbeitsebene geschaffen, von der aus die Reportage gedeihen kann. Diese Arbeitsebene ist dann immer auch redaktionell strukturiert.

Die Arbeitsebene Reportage ermöglicht die Einzelleistung des Reporters am Reportageprodukt im Rahmen des redaktionellen Reportagekonzeptes. Das konkrete Endprodukt mit dem dazugehörigen Autorennamen ist dann nicht, wie es allgemein wahrgenommen wird, allein und ausschließlich auf die eigenständige Arbeit des Autors zurückzuführen. In der Reportage als Genre

eines Mediums verschmelzen auf der Arbeitsebene vielmehr individuelle und redaktionelle Leistungen.

Zu klären ist, was im Zusammenhang mit Reportage unter redaktioneller Leistung zu verstehen ist. Da die Reportage klassisch immer als individuelle Leistung beschrieben wurde, kommt dem Aspekt redaktioneller Leistung hohe Bedeutung für die Theorie und Praxis der Reportage zu. Denn nur unter der Bedingung, daß sie wirklich eine wesentliche Funktionsqualität für die Reportage hat, ist das Modell vom Doppelcharakter Reportage aufrechtzuerhalten. Der Schlüssel zur redaktionellen Leistung muß also auf der Arbeitsebene Reportage zu finden sein, auf der die Produktion und die Themenrelevanz in ihrer doppelten Determination in ein Wechselverhältnis gebracht werden.

### **Die redaktionelle Leistung Reportage (empirischer Befund)**

Die Arbeitsebene Reportage umfasst die Summen individueller und redaktioneller Leistungen am Endprodukt. Die individuelle Leistung umfasst die Summe der vom einzelnen Reporter gebrachten einzelnen Anteile an der Reportage. Die redaktionelle Leistung umfasst die Summe der von der Redaktion oder von einem Redakteur eingebrachten Anteile in der einzelnen Reportage. Die redaktionelle Leistung beginnt meßbar dann, wenn sich ein Redakteur oder eine Redaktion an einem der Arbeitsschritte im Erstellungsprozess der Reportage beteiligt.

Um die redaktionelle Leistung im Erstellungsprozeß der Reportage feststellen zu können, muss man diesen Prozess in Arbeitsphasen gliedern. In der Regel können für die Reportage folgende Arbeitsphasen gelten: Vorarbeit, Recherche, Aufbau und Gestaltung, Nacharbeit. Schon ein grober Überblick zeigt, daß Teile der Recherchen - vor allem die Vor-Ort-Recherchen - sowie Aufbau und Gestaltung überwiegend individuelle Leistungsmerkmale sind. In den anderen Arbeitsphasen spielt die Redaktion eine erhebliche Rolle. Die Wechselseitigkeit zwischen individuellen und redaktionellen Leistungen fördern die Produktqualität Reportage zudem durch eine innerredaktionelle Dynamik, die durch die Kommunikationsstruktur innerhalb der Reportageredaktion geprägt wird. Grundlage auch der individuellen Leistungen für die Erstellung einer Reportage ist somit das Reportageverständnis der Redaktion.

Die Kommunikationsstruktur innerhalb einer Reportageredaktion ist kaum allgemeingültig zu beschreiben. Es liegen keine empirischen Untersuchungen vor. Sie dürfen von Fall zu Fall je nach Medium und je nach den in den Redaktion tätigen Reporterpersönlichkeiten unterschiedlich sein. Drei Kommunikationsebenen sollte man jedoch im Auge behalten:

- a. Die politische Kommunikationsebene: Auf ihr findet die Verständigung über die Ziele der Reportageproduktion statt. Werden mit Reportagen Themen aufgegriffen, die eine bestimmte Sichtweise deutlich machen sollen (z. B. "die Sicht von unten"); sollen Reportagen unterhaltsamen Lesestoff bieten; werden Reportagen für die Erschließung von Fachgebieten eingesetzt? Auf dieser Ebene wird die Konsensfähigkeit der Redaktion gewährleistet, sei es gegenüber anderen Medien oder Redaktionen, sei es gegenüber politischen Entwicklungen oder Zeitströmungen.
- b. Die arbeitsbezogene Kommunikationsebene: Für sie gelten zunächst alle formalisierten Kommunikationsprozesse wie Redaktionskonferenzen,

Dienstanweisungen, Arbeitsregelungen etc.. Aber auch der informelle Austausch gehört dazu, kollegiale Ratschläge, wie ein konkretes Thema anzugehen, wie es umzusetzen ist. Gerade solche informellen Austauschprozesse sind in der Redaktion ein wichtiges "Transportmittel" für redaktionelle Leistungen.

- c. Die private Kommunikationsebene: Sie entzieht sich am weitesten der systematischen Beobachtung, da ihre Grundlage in der Kollegialität und in den persönlichen Beziehungen liegt, die häufig über die Redaktion hinausreichen. Es ist dennoch anzunehmen, daß diese Kommunikationsebene eine erhebliche Rolle für die Herausbildung der Reporterpersönlichkeit spielt. Durch sie werden die Persönlichkeiten differenzierter und zugleich für die Redaktion transparenter. Wer mit wem besonders gut "kann", welche Vertrautheiten und welche Distanzen entstehen - die Psychologie innerhalb der Redaktion wirkt um so direkter auf die Produktion, je sensibler die Eigenleistungen am Produkt zu gestalten sind.

Die Dynamik in der Redaktion wird vom Abgrenzungsverhalten des einzelnen von anderen oder der Redaktion und gleichzeitig von seiner Annäherung zu einzelnen oder der Redaktion bestimmt. Die Berufsrolle fördert einen differenzierten Eingliederungsprozeß. Der Reporter nimmt sich gleichermaßen als Individuum, als Produzent mit einer eigenen Handschrift als auch als gleichberechtigter Teil des Ganzen, der Redaktion wahr. Sein Interesse an Produktqualität bezieht sich nicht nur auf das eigene Produkt. Mehr oder minder nimmt er auch am Erstellungsprozeß der anderen Reportagen Anteil. Denn das ganze Produkt der Redaktion, die Reportage als Genre, ist Voraussetzung und Ziel seiner individuellen Arbeit. Die Identifizierung mit den anderen steht nicht im Widerspruch mit seiner Identität als individueller Reporter. Die Struktur und Leistung der Reportageredaktion ist die Voraussetzung für die Existenz der individuellen Reportageleistung.

In der Redaktionsforschung ist die Unterscheidung in individuelle und redaktionelle Anteile in der Erstellung von journalistischen Produkten nicht geläufig (Weischenberg...). Der Grund ist wohl darin zu suchen, daß die Wissenschaften vornehmlich den journalistischen Nachrichtenprozeß untersucht haben, in dem der individuelle Faktor nachweislich eine geringe Rolle spielt (...). Sofern andere Genres in den Blickpunkt wissenschaftlichen Interesses geraten, ist dann die Fragestellung nicht ausgeprägt, die Zugang zu empirischen Messungen schafft. Das wird besonders deutlich in der Literatur über Reportagen, in denen der Journalist oder Autor als Persönlichkeit im Vordergrund steht und sein Werk vornehmlich mit literaturwissenschaftlichen Methoden kritisch oder memorialistisch behandelt wird.

Unsere Studie über die Berliner Zeitung ist insofern eine Weiterentwicklung der Redaktionsforschung. Ihr angewandter empirischer Teil ist in der Diplomarbeit von Silke Fritzsche dokumentiert. Auf der Grundlage teilnehmender Beobachtung in der Berliner Zeitung und nach Auswertung der Gespräche mit den dortigen Mitgliedern der Reportageredaktion hat sie eine quantitative Verteilung der Erstellungsanteile in der Reportageproduktion ermittelt. Ihre Ergebnisse können als Bestätigung der Behauptung gewichtet werden, daß 1. redaktionelle Leistungen im Arbeitsprozeß der Reportage eine Rolle spielen und 2. ihre Anteile



in den Arbeitsphasen dieses Prozesses wie auch bei den einzelnen Reportern unterschiedlich verteilt sind.

Die quantitative Auswertung arbeitet mit Tendenzkategorien. Sie haben den Vorteil, daß sie über den konkreten Fall Berliner Zeitung hinaus auf strukturelle Gegebenheiten der Redaktion hinweisen, die zumindest Plausibilität auch für andere Medien nahelegen, sofern sie die Reportage redaktionell verankern. Fritzsche unterscheidet in ihren Gewichtungen sechs quantifizierende Abstufungen für die Anteile redaktioneller Leistungen (Fritzsche 1995, 130):

- 0 : kein Anteil redaktioneller Leistungen
- 1 : geringer Anteil redaktioneller Leistungen
- 2 : mittlerer Anteil redaktioneller Leistungen
- 3 : starker Anteil redaktioneller Leistungen
- 4 : sehr starker Anteil redaktioneller Leistungen
- 5 : dominierender Anteil redaktioneller Leistungen.

In dieser Skalierung wird deutlich, daß die redaktionellen Anteile in der Schluß- und Anfangsphase der Reportage am höchsten sind und in der Mittelphase am niedrigsten. Insofern dürfte es sich um einen typischen journalistischen Produktionsbefund handeln, denn eine ähnliche zeitliche Verlaufskurve wird man auch bei den Produktionsprozessen anderer journalistischer Genres feststellen. Oder anders ausgedrückt: In der Vorarbeit werden durch redaktionelle Verfahren die Weichen gestellt und der Weg abgesteckt. In der Nacharbeit wird kontrolliert, ob der Autor mit seinem Produkt den richtigen Zielort erreicht hat. Die redaktionelle Leistung umschließt das Einzelprodukt, dessen schöpferische Mitte die individuelle Einzelleistung ist.

Diese sehr allgemeine Aussage gilt allerdings nur unter der Voraussetzung, daß in der konkreten Arbeit die Anteile von den einzelnen Reportern unterschiedlich wahrgenommen oder gewichtet werden. Wenngleich alle Reporter darin übereinstimmen, daß der Doppelcharakter der Reportage als Summe individueller und redaktioneller Leistungen das Genre Reportage bestimmt, daß die Reportagefunktion nur aus diesem Doppelcharakter erschlossen werden kann, so werden durch die einzelnen Reporter die Arbeitsphasen doch unterschiedlich gewichtet, ein Indiz, daß in einer guten Reportageredaktion die Unterschiedlichkeit der Reporterpersönlichkeiten akzeptiert und gepflegt werden sollten. In der folgenden Matrix werden die sechs Reporterredakteure mit A bis F bezeichnet. DW ist der arithmetische Durchschnittswert, der als gesamtredaktionelle Einschätzung gleichsam Leitwährung für weitergehende Untersuchungen sein sollte.

### **Anteil redaktioneller Leistungen am Reportageprodukt**

<b>Arbeitsphasen</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>DW</b>
Themensondierung	4	1	4	2	1	3	2,5
Blickwinkelsuche	5	5	5	5	3	5	4,6
Vorrecherche	3	4	0	1	0	0	1,3
Vor-Ort-Recherche	0	0	0	0	0	0	0
Aufbau	1	0	5	0	0	0	1,0
Gestaltung	0	1	5	3	0	0	1,3
Nachgespräche	5	5	5	5	3	5	4,6

Redigieren	5	5	5	5	3	5	4,6
DW	2,9	2,6	3,6	2,5	1,25	2,22	2,5

Nimmt man diese Ergebnisse aus der Fallstudie über die Berliner Zeitung, so kann man sie als Hypothesen für die Redaktionsforschung Reportage in folgenden Feststellungen zusammenfassen:

Die Gewichtung der redaktionellen Leistungen an der Reportage hat die Reihenfolge: Blickwinkelsuche, Nachgespräch, Redigieren, Themenfindung, Vorrecherchen, Gestaltung, Aufbau und Vor-Ort-Recherche.

Offensichtlich sehr unterschiedlich wird der Anteil der redaktionellen Leistung in der Phase Aufbau und Gestaltung gesehen.

Der Anteil redaktioneller Leistung am Gesamtprodukt Reportage wird mit 2,5 als sehr hoch eingeschätzt, wenn man rechnerisch den Nullwert bei der Vor-Ort-Recherche berücksichtigt.

Die redaktionellen Leistungsanteile für den Erstellungsprozeß der Reportagen sind also mittelstark bis stark ausgeprägt und stellen somit eine qualitätsbildende Größe dar, die in der Theorie und Praxis der Reportage bisher offensichtlich unterschätzt worden ist.